



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA SUR / DIVISIÓN DE DESARROLLO REGIONAL  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍAS

## FICHA DE IDENTIFICACIÓN DE CURSOS PROGRAMA DE MATERIA

### 1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Nombre de la materia:

Desarrollo de Productos

Nombre del profesor:

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de horas:	Valor en créditos:
IK150	40	40	80	8

Tipo de curso: (Marque con una X)

C = Curso	P = Práctica	CT = Curso -Taller	x	M = Módulo	C = Clínica	S = Seminario
-----------	--------------	--------------------	---	------------	-------------	---------------

Nivel en que se ubica: ( Marque con una X)

Técnico Superior Universitario	Licenciatura	x	Posgrado
--------------------------------	--------------	---	----------

Prerrequisitos formales (materias previas establecidas en el Plan de Estudios)	Prerrequisitos recomendados (Materias sugeridas en la ruta académica aprobada)
	Comportamiento del consumidor

Carrera:

LICENCIATURA EN INGENIERIA DE PROCESOS Y COMERCIO INTERNACIONAL (PCI) (I)

Área de formación:

Área de formación básica común obligatoria	Área de formación básica particular obligatoria	Área de formación básica particular selectiva	Área de formación especializante selectiva	Área de formación optativa abierta.
	x			

Historial de revisiones:

Acción:	Fecha:	Responsables:
Evaluación	Julio de 2018	
Actualización	Julio de 2018	

Academia:

Aval de la Academia:

Nombre	Cargo	Firma
	Presidente de la Academia de Informática	
	Secretario de la Academia de Informática	

### 2. PRESENTACIÓN



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA SUR / DIVISIÓN DE DESARROLLO REGIONAL  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍAS

El programa está orientado para ofrecer soluciones creativas, innovadoras y eficientes desde las perspectivas de marketing, manufactura y diseño para desarrollar productos, con sentido ético y social de tal manera que se propicie en todo momento un mejoramiento en el nivel de vida de los consumidores

### 3. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar en los alumnos un sentido crítico que les ayude a visualizar áreas de oportunidad desde las perspectivas del marketing, la manufactura y el diseño en un solo enfoque, para el desarrollo de productos.

### 4. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Desarrollar la habilidad para identificar las necesidades de los clientes  
Sensibilizar a los alumnos la importancia de la aplicación del proceso de desarrollo de productos dentro de las organizaciones.  
Fomentar la conciencia social, de tal manera que se ofrezcan productos útiles, seguros y a un costo adecuado.

### 5. CONTENIDO

Temas y Subtemas
<p>UNIDAD 1.- INTRODUCCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"><li>1.1 Definición y clasificación de los productos.</li><li>1.2 Características del desarrollo de productos exitosos.</li><li>1.3 Quien diseña y desarrolla los productos.</li><li>1.4 Duración y costo del desarrollo de productos.</li></ul>
<p>UNIDAD 2.- PROCESO DE DESARROLLO Y ORGANIZACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"><li>2.1 Proceso de desarrollo genérico.</li><li>2.2 Desarrollo del concepto: El proceso de arranque.</li><li>2.3 Adaptación del proceso genérico de desarrollo del producto.</li><li>2.4 Flujo del proceso de desarrollo.</li></ul>
<p>UNIDAD 3 PLANEACIÓN DEL PRODUCTO</p> <ul style="list-style-type: none"><li>3.1 Tipos de proyectos de desarrollo de productos.</li><li>3.1 Proceso de planeación del producto en sus diferentes etapas</li></ul>
<p>UNIDAD 1.- INTRODUCCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"><li>1.1 Definición y clasificación de los productos.</li><li>1.2 Características del desarrollo de productos exitosos.</li><li>1.3 Quien diseña y desarrolla los productos.</li><li>1.4 Duración y costo del desarrollo de productos.</li></ul>
<p>UNIDAD 2.- PROCESO DE DESARROLLO Y ORGANIZACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"><li>2.1 Proceso de desarrollo genérico.</li><li>2.2 Desarrollo del concepto: El proceso de arranque.</li></ul>



2.3 Adaptación del proceso genérico de desarrollo del producto.

2.4 Flujo del proceso de desarrollo.

## UNIDAD 3 PLANEACIÓN DEL PRODUCTO

3.1 Tipos de proyectos de desarrollo de productos.

3.1 Proceso de planeación del producto en sus diferentes etapas.

## UNIDAD 4 IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

4.1 Selección de clientes.

4.2 El arte de obtener datos de las necesidades del cliente.

4.3 Documentación de las interacciones con los clientes.

## UNIDAD 5 ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

5.1 ¿Que son las especificaciones?

5.2 ¿Cuándo se establecen las especificaciones?

5.3 ¿Cómo recabar información para establecer especificaciones?

5.4 ¿Cómo establecer especificaciones objetivas aceptables?

5.5 Establecimiento de las especificaciones finales.

## UNIDAD 6 GENERACIÓN DEL CONCEPTO

6.1 La actividad de generación de concepto.

6.1.1 Que es el concepto.

6.2 Despliegue de la función de calidad QFD.

6.3 Método de generación del concepto.

6.3.1 Aclarar el problema.

6.3.2 Buscar Externamente.

6.3.3 Buscar Internamente.

6.3.4 Explorar Sistemáticamente.

6.3.5 Reflexiones sobre las soluciones y el proceso.

## UNIDAD 7 SELECCIÓN DEL CONCEPTO

7.1 La selección del concepto como parte integral del proceso.

7.2 Métodos.

7.3 Filtrado de conceptos.

7.4 Evaluación de conceptos.

## UNIDAD 8 PRUEBAS DE CONCEPTO

8.1 Estimación del tamaño de mercado.

8.2 Definir el problema de la prueba del concepto.

8.3 Escoger población a encuestar.

8.4 Comunicar el Concepto.

8.5 Medir Respuesta del cliente.

8.6 Interpretación de resultados.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA SUR / DIVISIÓN DE DESARROLLO REGIONAL  
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍAS

## UNIDAD 9 ARQUITECTURA DEL PRODUCTO

- 9.1 Implicaciones de la arquitectura del producto.
- 9.2 valorando la necesidad de la arquitectura del producto.
- 9.3 Impacto de la arquitectura del producto.
- 9.4 Planeación de la plataforma.
- 9.5 Problemas de diseño a nivel sistema.

## UNIDAD 10 DISEÑO INDUSTRIAL

- 10.1 Valorar la necesidad.
- 10.2 Impacto.
- 10.3 Administración del proceso.
- 10.4 Valoración de la calidad.

## UNIDAD 11 DISEÑO PARA MANUFACTURA

- 11.1 Definición de diseño para manufactura definida.
- 11.2 Estimación de costos de manufactura.

## 6. TAREAS, ACCIONES Y/O PRÁCTICAS DE LABORATORIO

## 7. BIBLIOGRAFIA BASICA

## 8. BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

✓

## 9. CRITERIOS Y MECANISMOS PARA LA ACREDITACIÓN

## 10. EVALUACION Y CALIFICACIÓN

Unidad de Competencia:	Porcentaje:
<b>Exámenes parciales</b>	
<b>Proyecto final gráfico</b>	
<b>Tareas</b>	
<b>Exposiciones</b>	
<b>Prácticas</b>	